

Modern Journal of Social Sciences and Humanities

ISSN: 2795-4846 Volume 6 (July-2022)

Available online: https://mjssh.academicjournal.io



Management of the Competitiveness of Enterprises, Taking Into Account the Preparation of Production and Personnel

Nizomiddinov Jahonmirzo Zukhriddin oglu

Tashkent State University of Economics, Faculty of Finance and Accounting, 3rd year student of group BR-54

Аннотация: Повышение уровня конкурентоспособности продукции и предприятия - фундаментальная проблема современной экономики. Ее решение во многом зависит от качества производственных процессов, уровня квалификации кадров, сформированности коллегиальных отношений на предприятии и адаптации их к рыночным условиям с последующим экономическим ростом. Конкуренция представляется, с одной стороны, эффективным механизмом естественного регулирования рыночной экономики и отбора наиболее устойчивых с финансовой точки зрения предприятий, способных функционировать в условиях рынка, с другой, - это легализованная форма экономической борьбы самостоятельных хозяйствующих субъектов, выпускающих продукцию, за рынки сбыта с целью получения более высоких доходов.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции и предприятия, качество производственных процессов, цена, реклама, сбыт, персонал, кадровые вопросы, рыночная экономика.

Введение: Конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность продукции соотносятся как часть и целое. Возможности предприятия конкурировать на определенном рынке непосредственно зависят от конкурентоспособности товара и совокупности социально-экономических и организационно-производственных факторов и методов деятельности предприятия, оказывающих воздействие на результаты конкурентной борьбы. Уровень качественных свойств продукции зависит от уровня и степени использования составляющих производственно-социального потенциала предприятия на всех стадиях жизненного цикла товара.

Повышение конкурентоспособности отечественной продукции на сегодняшний день едва ли не главное в ряду основных направлений деятельности предприятий. Конкурентоспособность на товарных рынках стала основой экономической безопасности страны. Располагая в недалеком прошлом мощным научно-техническим потенциалом, дешевой квалифицированной рабочей силой и собственными ресурсами многих видов сырья, Узбекистан сохранил огромные возможности для повышения конкурентоспособности.

Данная проблема до недавнего времени недостаточно продуктивно рассматривалась в научных трудах отечественных экономистов, этому есть соответствующее объяснение. Административно-командные методы ведения производства и подготовки кадров не способствовали становлению конкурентных отношений между предприятиями вследствие ограничения свободы действий не только персонала, но и предпринимателей и специалистов-менеджеров, а также чрезмерного вмешательства государства в деятельность предприятий, неразвитости, вследствие этого, основных рыночных институтов.

Целью работы является исследование теоретических и научно-методических положений управления конкурентоспособностью предприятий производственной отрасли региона, учитывающих производственные и социальные факторы.

Понятие управление конкурентоспособностью включает в себя три основные составляющие. Одна из них жестко связана с продукцией как таковой и в значительной мере сводится к качеству, в котором прямое участие принимают рабочие-производители и весь персонал организации. Другая - связана как с экономикой производства, сбыта и сервиса товара (имеет значение деятельность производственного и управленческого персонала, реализаторов, продвигающих товар на рынок, производственные и коммерческие возможности предприятия), так и с экономическими возможностями и ограничениями потребителя, на которые можно воздействовать лишь относительно. Третья - отражает все то, что может быть приятно или неприятно потребителю как покупателю, что напрямую зависит от вида продукции и деятельности предприятия.

Конкурентное преимущество, основанное на совершенствовании производства, учитывает технологическое лидерство, лидерство в издержках. Технологическое лидерство заключается в такой деятельности организации, когда им осуществляется одно из первых предложение товаров с новыми характеристиками. Преимущество в издержках - такое конкурентное преимущество, которое позволяет снижать производственные и маркетинговые затраты, благодаря инициативной деятельности работников, что позволяет организации понижать цены или использовать экономию на рекламу и распределение. Один из методов снижения издержек - использование опыта производственной деятельности с опорой на креативные способности руководителей и проявление инициативы персоналом, в результате получается экономия от увеличения масштабов деятельности в производстве или маркетинге, предприятию удается добиться снижения удельных затрат на производство при увеличении его объема. Экономия в связи с масштабами деятельности в сфере маркетинга достигается при распределении и рекламе товара для массового рынка или при совместном распределении и рекламе нескольких товаров. Наличие квалифицированного опыта работников и специалистов также может помочь компании добиться снижения затрат. Рассмотрено повышение производительности как один из путей снижения затрат. Производительность - это соотношение между результатом (выпуск продукции, объем продаж) и затратами (издержки производства и маркетинга). Повышения производительности можно добиться путем снижения расходов на рабочую силу, введения новых технологий, обеспечивающих рост объемов при уменьшении затрат или использования более эффективных методов снижения затрат на каналы распределения и рекламу.

Модель управления конкурентоспособностью предприятия с учетом креативного стиля поведения руководителей и его специалистов рассмотрена в процессе анализа поведения руководителей разных уровней управления. Под креативным стилем понимается такое поведение руководителя, которое учитывает необходимость изменения его форм под влиянием проблем, возникших во внешней или внутренней среде, опирающихся на знания, умения и творческие способности менеджера. Рассматривались креативные стили следующих категорий лиц генерального директора (президента), специалистов (функционеров), рационализаторов, работников отдела кадров (выделены в отдельную группу, поскольку особенности их трудовой деятельности заключаются в работе с людьми, требующей творческого подхода). Основными параметрами, по которым анализировалось поведение, являлись, общая линия поведения, основные ценности и цели и пути их достижения, характер аргументации выбранного решения.

Заключение.

Конкурентоспособность товара - решающий фактор его коммерческого успеха на развитом конкурентном рынке. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Важной составной частью

управления конкурентоспособностью предприятия является уровень подготовки его производства и персонала.

Под системой управления конкурентоспособностью предприятия мы понимает целостный комплекс решений производственных и организационных задач, способствующих наилучшим образом удовлетворять потребности рынка посредством выпонения технических и социальных функций отдельных подразделений организации и предприятия в целом во взаимосвязи с продуктивной деятельностью руководителя и персонала. Конкурентоспособность предприятия базируется на конкурентоспособности товара, то есть степени его привлекательности по сравнению с товаром-аналогом на конкретном сегменте потребительского рынка. Иначе говоря, под конкурентоспособностью понимается комплекс производственных, персональных и потребительских характеристик товара, определяющих его успех на рынке. Поскольку за товарами стоят их изготовители, то можно с поным основанием говорить о конкурентоспособности предприятий на основе подготовки производства и кадров.

Список использованной литературы.

1. Овчинникова, Т. И Модель эффективности управления с учетом креативного стиля работников предприятия [Текст] /ТИ Овчинникова, О А Козлова, О П Королев //Управление персоналом. -2007.
2. Козлова, О.А Методы определения конкурентного статуса предприятия с учетом развития производства и повышения квалификации персонала [Текст]/ О А Козлова//Энергия -2007.
3. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. - М.: ОАО Типография Новости, 2000.-256 с.
4. Миронов, М.Г. Ваша конкурентоспособность / М. Г. Миронов. – М.: Альфа – Пресс, 2014. – 160 с.
5. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебное пособие [Текст] / Р.А. Фатхутдинов. - М.: Издательство Эксмо, 2004. - 544 с.